

# **LAPORAN**

## **KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

### **STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BOJONEGARA SERANG**



**Tim Pelaksana:**

**Ketua Tim**

Ainin Najmi.,M.Kom

**Anggota**

Wida Gova Ade

Nur Auliah

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA**  
**UNIVERSITAS AL-KHAIRIYAH**  
**TAHUN 2022**  
**STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BOJONEGARA**

#### **ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pusat perhatian karena kontribusinya yang besar dalam pertumbuhan ekonomi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Penulis dalam mengatasi permasalahan ini adalah, sosialisasi melalui kepala desa serta tokoh masyarakat dalam pemberdayaan. Contoh Pemberdayaan masyarakat di kampung ciranggon bojonegara adalah pembuatan kerupuk melarat. tujuan pengabdian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemberdayaan UMKM di kampung Ciranggon bojonegara kabupaten

serang. Faktor-faktor pendukung dan penghambat yang ditemui dalam strategi pemberdayaan UMKM di desa bojonegara meliputi (1) membantu akses permodalan, (2) pembinaan SDM, (3) kemitraan (4) Para Stakeholder terkait Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu melakukan pendampingan serta pemberdayaan secara terus menerus untuk memfasilitasi UMKM

Kata kunci: umkm, kerupuk melarat

#### **ABSTRACT**

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have become the center of attention because of their large contribution to economic growth. One of the efforts made by the author in overcoming this problem is socialization through village heads and community leaders in empowerment. An example of community empowerment in KP Ciranggon Bojonegara is making poor crackers. the purpose of this service is to describe and analyze strategies for empowering MSMEs in kp. Ciranggon, Bojonegara, Serang Regency. The supporting and inhibiting factors found in the MSME empowerment strategy in Bojonegara village include (1) assisting access to capital, (2) HR development, (3) partnerships (4) Stakeholders related to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) need to carry out continuous assistance and empowerment to facilitate MSMEs

Keywords: umkm, kerupuk melarat

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pusat perhatian pemerintah di Indonesia karena kontribusinya yang besar dalam pertumbuhan ekonomi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Penulis dalam mengatasi permasalahan ini adalah, sosialisasi keilmuan dalam strategi pengembangan usaha-usaha masyarakat kampung Ciranggon bojonegara melalui kepala desa serta tokoh masyarakat kampung Ciranggon bojonegara dalam bentuk kegiatan pemberdayaan UMKM. Salah satu usaha yang kami kembangkan adalah produk olahan kerupuk melarat di kampung Ciranggon. Dalam mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemberdayaan UMKM di kampung Ciranggon bojonegara kabupaten serang ditemukan factor- faktor pendukung dan penghambat yang menyebabkan usaha usaha masyarakat belum bisa berkembang skala nasional atau produk belum dipasarkan untuk masyarakat luas. Sektor Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi motor penggerak yang krusial karena kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi, Kewirausahaan menjadi salah satu modal untuk menciptakan peluang usaha berbasis kreatifitas yang dimiliki, sehingga memiliki sumber daya manusia yang handal dan bisa bersaing Lokasi yang memiliki banyak potensi untuk pemberdayaan UMKM salah satunya kampung ciranggon, yang merupakan salah satu kampung di Desa bojonegara Kecamatan bojonegara. Sebagian besar penduduk kampung ciranggon bermata pencaharian sebagai petani, buruh dan peternak ikan. Kondisi Geografis dan Demografis desa bojonegara yang mempunyai; Jumlah penduduk 6.146 jiwa yang terdiri dari Laki-laki 2.988 jiwa dan Perempuan 3.158 jiwa. Jumlah KK 2.609 KK Sumber daya yang potensial yang dimiliki di desa bojonegara menjadi daya tarik penulis untuk membahas lebih lanjut terkait strategi pemberdayaan UMKM di Desa bojonegara Kab. Serang Salah satu hasil UMKM di kampung ciranggon bojonegara Adalah pembuatan kerupuk melarat. Berikut dokumentasi pembuatan produksi kerupuk melarat berbahan dasar tepung.





Adapun bahan dasarnya adalah tepung tapioka, garam, penyedap rasa, air, pewarna makanan. Dalam memproduksi kerupuk melarat dilakukan dengan pembuatan adonan terlebih dahulu. Tahapan-tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Campurkan bahan seperti tepung tapionya, garam, air, penyedap rasa, dan pewarna makanan.
2. Seterlah tercampur adonan di bentuk memanjang.
3. Adonan yang sudah di bentuk memanjang selanjutnya di potong bulat
4. Setelah adonan di potong selanjutnya kerupuk di jemur hingga kering
5. Setelah kering kerupuk siang di goreng menggunakan pasir pantai.

## **METODE**

Pelaksanaan dimulai pada tanggal 02 September 2022 sampai dengan 02 Oktober 2022 dengan survei kondisi di lapangan dan setelah itu sosialisasi kepada tokoh masyarakat setempat untuk pelaksanaan pelatihan praktik bisnis dari mulai produksi hingga pemasarannya. Peserta dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di kampung ciranggon Perwakilan pelaku UMKM seluruhnya berjumlah

15 orang. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode Pendekatan Orang Dewasa (POD) yang dilakukan secara partisipatif dengan metode ceramah, diskusi kelompok dan praktik keterampilan sesuai dengan kondisi di lapangan. Praktik keterampilan dilakukan dengan cara praktik mandiri yang telah dipersiapkan bahan produksi pembuatan kerupuk melarat.

Target market pemasaran produk ini melalui bisnis digital. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi, disertai dengan pendampingan. Selain itu, pelatihan juga dilakukan melalui praktik dan percontohan. Masyarakat yang mempunyai hp dan punya produk diarahkan mengikuti intruksi pelatih dalam hal ini peneliti sekaligus pengabdian masyarakat. Tahapan pertama, memfoto produk kerupuk melarat. Tahap kedua, melakukan upload ke story wa masing-masing. Tahap ketiga, memberikan kata-kata supaya orang tertarik dengan produk yang kita jual. Keempat, kirim ke semua kontak dengan harapan orang tersebut ikut menyebar luaskan produk kerupuk melarat. Sebagai konsumen ini dijadikan sebagai pembandingan untuk si penjual tentang eksistensi toko/produk yang dipasarkan secara rutin. Misalnya. Si penjual ingin upload produk dan harga, maka terlebih dahulu dilihat harga yang dipasarkan mayoritas di market. Posting produk diarahkan minimal sekali sehari dengan gambar produk yang bagus dan tetap menjunjung kejujuran dan harga yang terjangkau/bisa bersaing dengan pebisnis lain yang lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Ciranggon yang Kelurahan Bojonegara, Kecamatan Bojonegara, Kota Serang Banten berjalan dengan lancar.

Untuk produktifitas berkembangnya usaha, maka penulis bekerja sama dengan tokoh masyarakat, untuk membangun kemitraan untuk sarana distribusi dan pemasarannya sehingga dapat meningkatkan penerimaan para mitra UMKM dan dapat meningkatkan kesejahteraan. Pola subkontrak yang diterapkan para pelaku UMKM Kampung Ciranggon dalam kemitraannya terdiri dari akad pembiayaan murabahah, salam dan istishna untuk akad jual beli, dan akad ijarah dan ijarah muntahiyah bittamlik untuk sewa menyewa serta akad mudharabah dan musyarakah untuk bagi hasil.

Berikut dokumentasi sosialisasi strategi pengembangan UMKM dan akses dana pembiayaan:



## KESIMPULAN

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) di kampung ciranggon memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal daerah, khususnya dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja. Dalam rangka implementasi, perencanaan, pemberdayaan, dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka diperlukan berbagai kebijakan yang bersifat membangun. Diantaranya menciptakan wirausahawan desa (Entrepreneurs Village) di wilayah-wilayah pedesaan. Adapun regulasi dari pemerintah yang diperlukan untuk memberikan peluang berkembangnya UMKM di pedesaan meliputi perbaikan kemudahan dalam permodalan, pembinaan SDM, kemitraaan dan dukungan dari berbagai stakeholder.